



Brauchst du einen Relaunch oder reicht ein Redesign?

Vildan Gülle
otago







Der feine Unterschied zwischen Neuanfang und inkrementeller Optimierung



Der Moment der Wahrheit



”

Wir müssen was an der
Website machen!





Wer von euch stand schon
einmal vor dieser
Entscheidung: Alles neu
machen oder nur auffrischen?

Agenda

Klarheit der Begriffe

Was ist was?

Wann wähle ich welchen Weg?

Welcher Weg ist für der Richtige

Die Relaunch-Falle

Warum ein Neuanfang so gefährlich sein kann

Fazit

Goldene Regeln für den Erfolg!

Q & A

5 Min

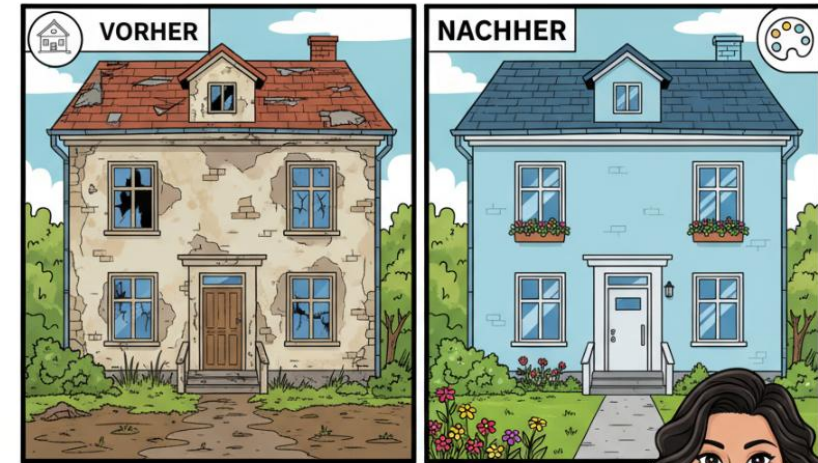
Das Fundament



Redesign – Die Fassadensanierung

Ein Redesign ist wie das Renovieren eines Hauses.

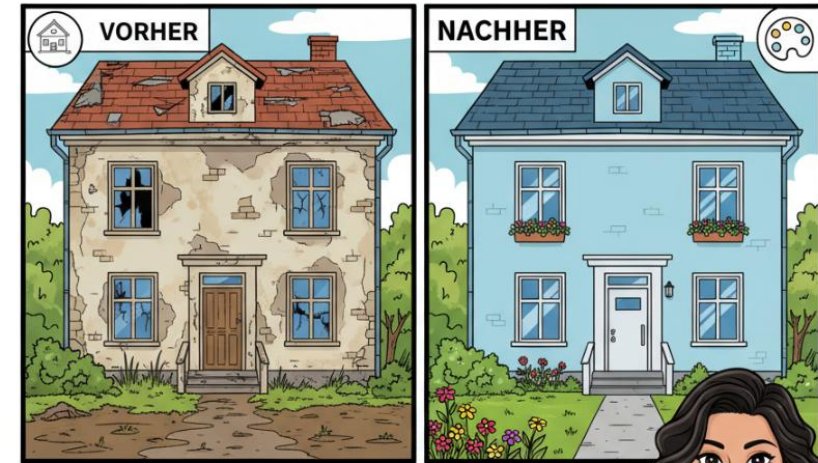
Die Grundmauern, die Adresse und die Raumlüftung bleiben gleich, aber die Fassade, Tapeten, Möbel und die Küche sind neu.



Redesign – Die Fassadensanierung

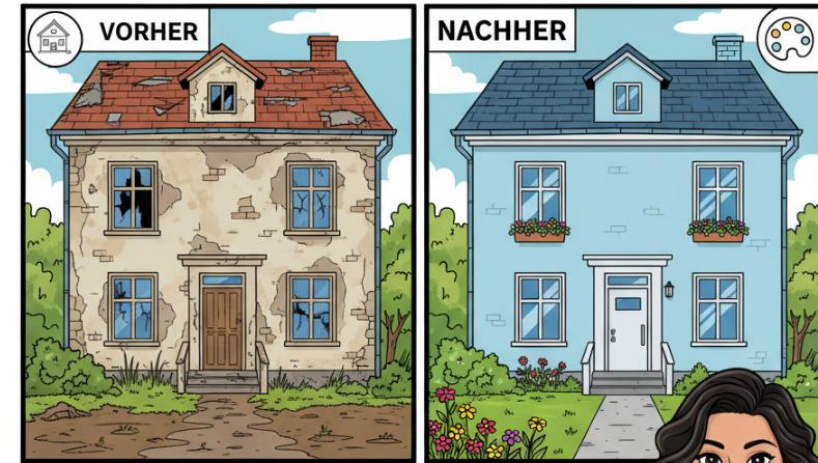
▼ Was ändert sich typischerweise?

- ▼ Visuelles Erscheinungsbild (Farben, Schriftarten, Bilder,...)
- ▼ User Interface (UI) & User Experience (UX) auf bestehenden Templates
- ▼ Frontend-Technologie (z.B. neues CSS-Framework)
- ▼ Conversion Optimierung auf Seitenebene



Redesign – Die Fassadensanierung

- ▼ Was bleibt (aus SEO-Sicht) gleich?
 - ▼ URL-Struktur! (extrem wichtig)
 - ▼ Informationsarchitektur & Seitenstruktur
 - ▼ Backend-System (CMS)
 - ▼ Bestehender Content
 - ▼ ...



Relaunch – Der Neuaufbau

Ein Relaunch ist einer Kernsanierung oder sogar ein kompletter Neubau.

Manchmal ändert sich sogar die Adresse!



Relaunch – Der Neuaufbau

▼ Was ändert sich typischerweise?

- ▼ ALLES, was beim Redesign geändert werden kann, **PLUS:**
- ▼ Backend System (z.B. Wechsel von Typo3 auf WordPress)
- ▼ URL-Struktur & Informationsarchitektur
- ▼ Domain (bei Rebranding)
- ▼ Grundlegende Funktionalitäten (z.B. Integration eines neuen Shop Systems)



Relaunch – Der Neuaufbau

Also ein SEO Erdbeben!







Wann ist ein Redesign
die kluge Wahl?
(Evolution)



Ist dein Fundament
stabil, aber die Fassade
bröckelt?



Checkliste für ein Redesign

- ▼ Deine Rankings sind gut, aber die **Conversion Rate ist schwach**
- ▼ Das **Design ist veraltet** und nicht mehr on Brand
- ▼ Die **mobile UX ist mangelhaft**, aber technisch auf der bestehenden Plattform lösbar
- ▼ Das **Budget und die Zeit sind begrenzt**



Mantra:

*Don't fix what isn't broken –
but make what works,
work better!*



Wann ist ein Relaunch
unausweichlich?
(Revolution)



Hindert dich ein
technisches Fundament
am Wachsen?

Checkliste für einen Relaunch

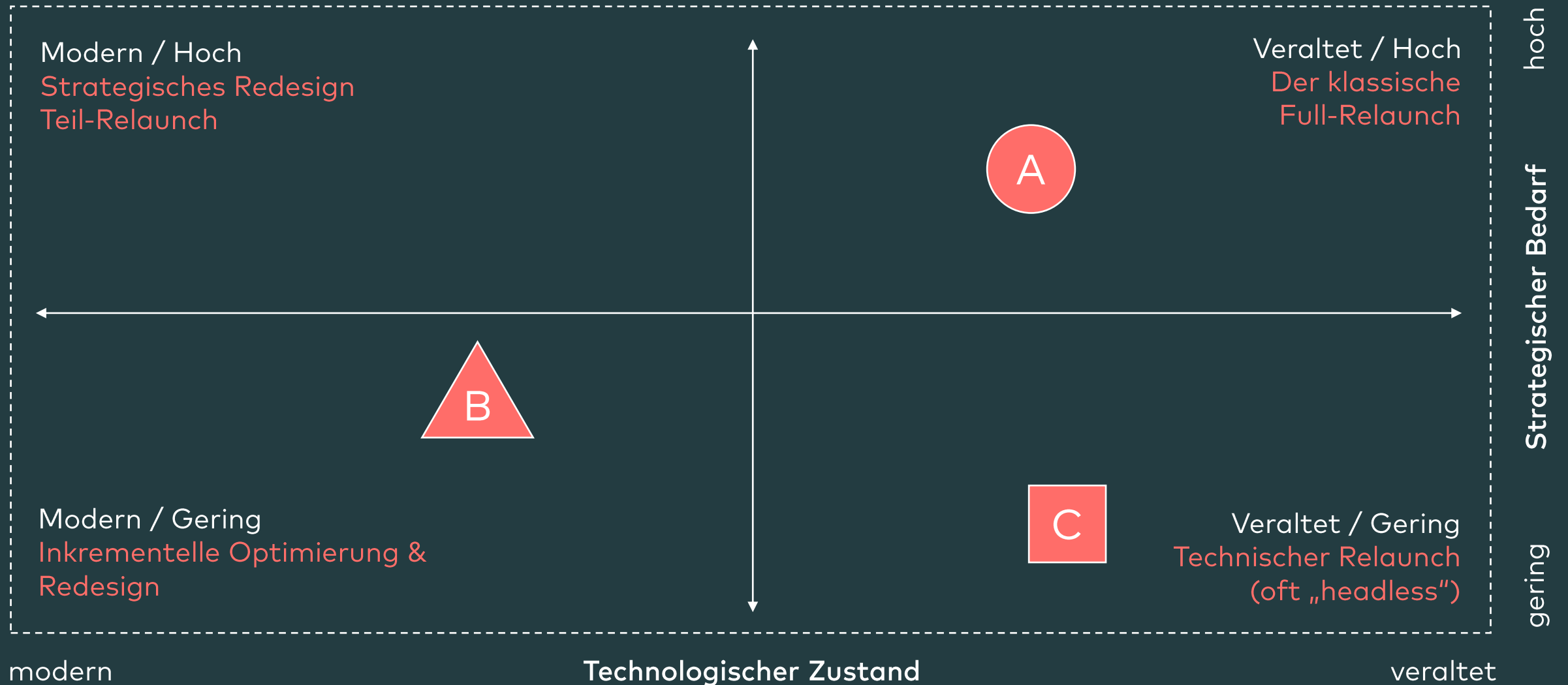
- ▼ Dein **CMS ist veraltet**, unsicher oder wird nicht mehr unterstützt
- ▼ Die **Ladezeiten sind katastrophal** und lassen sich nicht mehr beheben (Core Web Vitals)
- ▼ Deine **Geschäftsstrategie** hat sich **grundlegend geändert** (z.B. von B2B zu B2C oder D2D)
- ▼ Eine **grundlegend neue Informationsarchitektur** ist für die User:innenführung zwingend notwendig
- ▼ Du **fusionierst mehrere Webseiten** oder führst ein **komplettes Rebranding** (inkl. Domainwechsel) durch



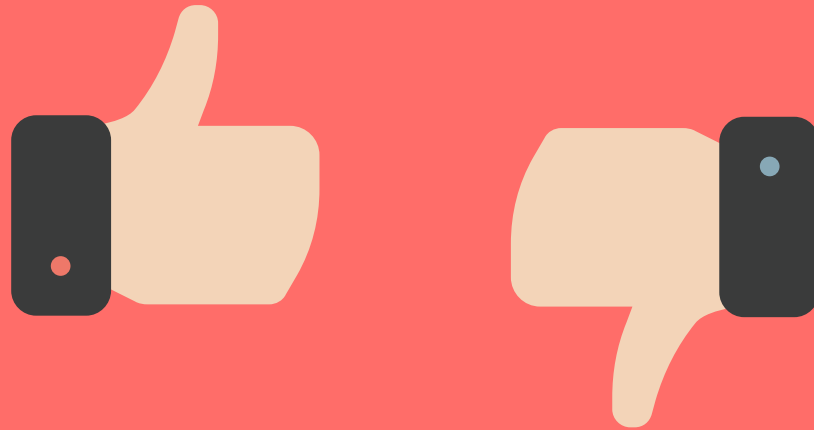
Mantra

*Manchmal muss man einen
Schritt zurückgehen, um zwei
nach vorne zu machen.*

Der Entscheidungskompass



Relaunch-Szenarien mit ihren Vor- und
Nachteilen aufzeigen, um die
Entscheidungsfindung zu unterstützen.





Die Warnung – Die Relaunch-Falle

Wo Relaunches sterben

Top 3 Relaunch Killer

1. Fehlendes oder fehlerhaftes 301-Redirect-Mapping

Das ist so, als würdest du umziehen, ohne einen Nachsendeauftrag zu stellen. Niemand findet dich mehr und deine wertvolle Post (Backlinks) geht verloren



Wo Relaunches sterben

Top 3 Relaunch Killer

2. Vergessener Content

Seiten, die guten Traffic aber vor allem Conversion bringen, werden einfach gelöscht, anstatt sie zu migrieren oder umzuleiten



Wo Relaunches sterben

Top 3 Relaunch Killer

3. Technische Blockaden

Eine falsch konfigurierte robots.txt oder noindex-Tags auf der neuen Seite können dich über Nacht aus dem Google Index werfen





Dein Relaunch Rettungsplan

Die 3 Säulen

- 
1. Vorbereitung
 2. Umsetzung
 3. Nachbereitung



Vorbereitung – Der Bauplan

▼ URL Mapping ist nicht verhandelbar!

- ▼ Jede wichtige alte URL braucht ein Ziel

▼ Content-Audit

- ▼ Entscheide für jede Seite
- ▼ Behalten, verbessern oder (mit Redirect) entfernen?

▼ SEO-Benchmark

- ▼ Sichere alle wichtigen Daten (Rankings, Traffic, Ladezeiten,...) vor dem Relaunch

Umsetzung (Der Umzug)

▼ Testumgebung

- ▼ SEOs müssen die neue Seite vor dem Go-Live crawlen und prüfen
- ▼ Go-Live Checkliste – laaange Liste
 - ▼ Redirects, Canoncials, Meta Tags, robots.txt, Sitemaps,...
 - ▼ Alles muss am Tag X stimmen
 - ▼ ...

Nachbereitung (Die Einweihungsparty)

▼ Intensives Monitoring

- ▼ Google Search Console, Analytics und Ranking Tools in den ersten Wochen täglich beobachten

▼ Fehlerbehebung

- ▼ Schnell auf 404 Fehler und Crawling Probleme reagieren

Fazit und Inspiration

Der dritte Weg – kontinuierliche Evolution

▼ Inspirierender Gedanke

- ▼ Die beste Website ist nie „fertig“. Statt Zyklen von „Jahrelang nichts tun, dann Big Bang Relaunch“ zu denken, etabliere eine Kultur der kontinuierlichen datengetriebenen Optimierung.
- ▼ Große Plattformen wie Amazon oder Zalando machen keinen „Relaunch“. Sie verändern/erweitern sich jeden Tag – schrittweise. Das ist das langfristige Ziel!
- ▼ Ein Redesign kann der Startpunkt für diesen evolutionären Prozess sein

Deine goldenen Regeln

▼ Diagnose vor Therapie

- ▼ **REGEL 1:** Analysiere deine Technik, deine Strategie und deine Daten, BEVOR du dich für einen Weg entscheidest!
- ▼ **REGEL 2:** Ein Redesign poliert die Oberfläche, ein Relaunch erneuert das Fundament. Wisse, was du wirklich brauchst!
- ▼ **REGEL 3:** Ein Relaunch ohne SEO Strategie ist kein Plan, sondern eine Lotterie. Setze dich mit Menschen zusammen, mit Relaunch Erfahrung 😊

1000thingsmagazine.com

Sichtbarkeitsindex – Sistrix



Die perfekte **To Do** Liste



Relaunch Roadmap

	A	B	C	D	E
1	Detaillierte Relaunch-Checkliste				
2	Phase	Status	Task	Warum wichtig	Verantwortliche/r
3	Voranalyse	offen	SEO Audit	Bewertung des aktuellen Zustands der Website durch ein SEO-Audit, um vorab Probleme zu identifizieren und Empfehlungen für die neue Site abzuleiten (falls eine alte Site existiert)	
4	Voranalyse	offen	Wettbewerberanalyse	Lücken zum Wettbewerber schließen und Vorsprung zum Wettbewerber gewinnen	
5	Voranalyse	offen	Bestandsaufnahme aller URLs	Auflistung aller aktuellen URLs unter Berücksichtigung des Seitentyps	
6	Voranalyse	offen	Informationsarchitektur	Konzeption neuer Informationsstruktur - Navigationspfade: Welche Änderungen sollen in welchen Seitenbereichen durchgeführt werden? Wie werden Inhalte zusammengestellt (Seiten/Landingpages) und gruppiert (Navigation)? Wie tief geht die Hierarchie?	
7	Voranalyse	offen	URL-Struktur	Konzeption neuer URL-Struktur (muss nicht zwangsläufig die Informationsarchitektur widerspiegeln).	
8	Voranalyse	offen	Prioritäten-Management	Check, um Prioritäten festlegen zu können: Welche Seiten haben den meisten Traffic? Wo wird am meisten Umsatz generiert? Wo gilt es zu entsprechend zu priorisieren?	
9	Pre-Migration	offen	Testumgebung sperren	Vermeidung von frühzeitiger Indexierung. Idealerweise über Login (und/oder noindex-Tag) - weil lediglich über einen Ausschluss in der robots.txt können Seiten im Index landen. Sobald die Website live geschaltet wird, sollte ebenfalls sichergestellt werden, dass die Testwebsite nicht für User:innen und Suchmaschinen erreichbar ist und nicht indexiert werden kann.	
10	Voranalyse	offen	Weiterleitungskonzept	Vorbereitung der Weiterleitungen aller alten URLs auf neue themenrelevante URLs	
11	Pre-Migration	offen	Pagespeed	Abfrage der aktuellen Seitengeschwindigkeit für alle Seitentypen und Geräte (Desktop/Mobile)	
12	Pre-Migration	offen	Bestandsaufnahme: Interne Verlinkung	Wie sieht der Status Quo der internen Verlinkungsstruktur aus? Gibt es Besonderheiten bezüglich der Einbindung von wichtigen Landingpages? Und wie kann diese verbessert werden?	
13	Pre-Migration	offen	Bestandsaufnahme: Performance	Status Quo der Performance (GSC-Daten) festhalten.	
14	Pre-Migration	offen	Bestandsaufnahme: Tracking, Monitoring	Welche Tracking Tools sollen genutzt werden? Google Tag Manager, Google Analytics - E-Commerce Tracking, Google Search Console, usw.	
15	Pre-Migration	offen	Weiterleitungs-Mapping	Erstellung eines gesamtheitlichen Redirect-Mappings. Gibt es für jede URL ein Weiterleitungsziel? Gibt es Seitenbereiche / URLs, die nicht migriert werden? Was passiert mit diesen?	

Q&A



Danke!

Vildan Gülle
vildan.guelle@otago.at

